

KIJK MAAR: 'Geld kan de wereld beter maken'



Consultancy-dudes duiken in sup-boards: 'We willen nieuwe O'Neill worden!'

Supps en geen downs voor serie-ondernemers Bas Kooijman en Reinier Tromp die van geld als water in de consultancy een sprong in het diepe wagen met hun Europese familie-watersportmerk SEB. Met z'n allen op dat sup-board dus, nat gaan ze niet.



DOOR IRIS HERMANS · GEPUBLICEERD OP: 31/07/2023

KIJK MAAR: 'Geld kan de wereld beter maken'



SEB OP DE SUP

KIJK MAAR: 'Geld kan de wereld beter maken'

vertelt een ontspannen Bas Kooijman als we hem even bellen in la bella Italia ('Buongiorno!'). Uiteraard eentje met de drie belangrijkste letters van nu erop, zodat hij hier lekker z'n eigen brand-ambassador'tje kan spelen.

SEB x O'Neill

Niet SUP, maar SEB, zoals het jonge Europese watersportmerk heet van twee ondernemers die opgroeiden in de jaren 80 van de neonprints van supersurfmerk O'Neill, die nu ook de basiskleuren van hún merk zijn, getuige de foto's van fluorescerende petjes en hoodies die een geestdriftige Kooijman ons appt. Met een knipoog-(emoji): 'Eigenlijk willen we het nieuwe O'Neill worden!' Maar dan wel met blijvende florissante resultaten, en met deze eerste maanden al een SEB-omzet van 350k uit online en retail zitten ze op een lekkere golf. Wat 'suppen' trouwens in het Italiaans is? Het blijft voor de eerste keer in het gesprek stil aan de andere kant van de lijn. Even googelen. 'Gewoon stand up paddling... Je wist toch wel dat dat de afkorting van SUP is?'

Familieboards

Samen met compagnon en mattie Reinier Tromp – 'we delen álles en doen álles door de helft, behalve onze vrouwen!' – bouwde SEBastiaan (snapt u wel?) Kooijman het afgelopen decennium een bescheiden trainingscentrumimperium op, met een jaarmzet van €6,5 miljoen. Tijdens corona begon het te kriebelen -'ik verveelde me...'- en hij bestelde een veertigtal sup-boards in China, die hij op een provisorische website verkocht. 'Kwam ik telkens weer met een enórme doos aanzetten bij het verzendpunt bij de Appie.' Lang verhaal kort: hij besloot het 'serieus aan te pakken', bromance'de ook nu weer met z'n compagnon en SEB werd geboren. Een kantelpunt in beider carrière: Meer ontspanning en meer creativiteit, in een notendop. Hun niche: familie-boards, want niets zo leuk als met z'n allen 'een beetje klooiën' op het water. Doet-ie zelf ook. Met hun consultancy-centen kunnen ze 'significant investeren' in SEB, waar hij nu bijna fulltime op zit. Gezocht werd naar 'kwalitatieve sups': 'Sterke boards die tegen een stootje kunnen en die extra hard kunnen worden opgepompt.' Anders krijg je het banaan-effect,

KIJK MAAR: 'Geld kan de wereld beter maken'

MEER VAN QUOTE

'Geld kan de wereld beter maken'



Gezonde groei

Containers vol sups ('maar ook kajaks, hoodies, petjes, waterflessen') voeren afgelopen maanden vanuit China onze kant op. 'Denk dat we voor zo'n €2,5 tot 3 ton aan voorraad hebben opgeslagen in onze warehouse.' De online verkoop gaat goed, hun familieniche lijkt te werken en nat gaan ze niet. Ze verwachten in de loop van volgend jaar, 'als we deze groeien in Europa doorzetten', al winstgevend te zijn, 'bescheiden winstje, hoor.' Al kan het met de juiste distributie-collabs, 'we zijn bezig met de VS' en de perfecte 'supfluencers' natuurlijk hard gaan, en een high-five met Decathlon is nét geslagen, wat weer een sportieve halve ton omzet genereert. Investeerders hebben ze bewust niet aan 'board'. 'Zeg nooit nooit, maar zolang we organisch kunnen groeien, gaan we daarvoor.'

Single-sup

KIJK MAAR: 'Geld kan de wereld beter maken'

de kanten van het kenne watersportmening. Een van de kanten, aan de andere kant van de lijn. 'Die kunnen klant worden bij Lotte!' Zijn partner dus, Lotte Ditzel van DTNG, die al heel wat (Randstedelijke) vrijgezellen de liefde bracht. Overigens ook een topactiviteit om als date te doen, besluit hij. 'Je kunt echt van álles op dat ding. Als je maar de juiste hebt.'